

[19] 中华人民共和国国家知识产权局

[51] Int. Cl.
H04L 12/16 (2006.01)



[12] 发明专利说明书

专利号 ZL 200310102714.5

[45] 授权公告日 2006年1月18日

[11] 授权公告号 CN 1237754C

[22] 申请日 1996.8.6

[21] 申请号 200310102714.5

分案原申请号 96109361.7

[30] 优先权

[32] 1995.9.28 [33] JP [31] 250816/95

[71] 专利权人 富士通株式会社

地址 日本神奈川

[72] 发明人 镰仓章 大根田秀雄 田中秀树

审查员 王立春

[74] 专利代理机构 中国国际贸易促进委员会专利
商标事务所
代理人 付建军

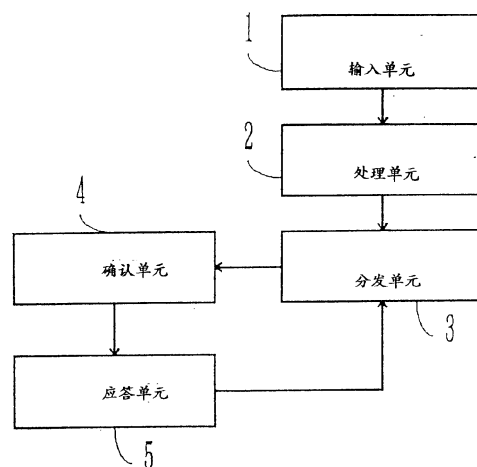
权利要求书 1 页 说明书 19 页 附图 22 页

[54] 发明名称

用于有效地确定信息的受发者的信息提供装置

[57] 摘要

广告信息的接收者通过接收者终端将广告接收要求登记到分发主计算机。发送者通过发送者终端将广告传送要求分发到主计算机。主计算机参考接收者属性和记录在广告接收要求中的所需的广告门类，以及记录在广告传送要求中门类和对接收者的要求属性，并生成同时满足接收者和发送者的要求的分发清单。广告文件被分发到所选的符合分发清单的接收者。



1.一种信息处理系统，用于从发送者向多个接收者分发广告信息，所述系统包括主计算机网络，发送者终端和多个接收者终端，其中：

每一接收者终端包括：

输入装置，用于输入信息接收要求，包括在接收者终端的接收者的接收者属性，和接收者对广告信息的要求条件，所述信息接收要求由接收者指定并从接收者终端发送；

确认装置，用于以电子方法确认在接收者终端已经接收到广告信息电子邮件并且在屏幕上显示所述广告信息的内容；以及

应答装置，用于响应在屏幕上显示内容的操作，自动地产生表示在接收者终端的接收者已经访问了广告信息的内容的确认信息，并且用于向主计算机发送该确认信息；

发送者终端包括：

输入装置，用于输入信息发送要求，包括广告信息的信息属性和发送者对接收者的要求条件，所述信息发送要求由发送者指定并且从发送者终端发送；

主计算机包括：

确定装置，用于根据接收者的接收者属性确定广告信息的分发的被分发者，使得每一被分发者的接收者属性满足发送者对接收者的要求条件；

分发装置，用于当信息属性满足对信息的要求条件时，将来自发送者的广告信息电子邮件分发到由所述确定装置确定的被分发者；以及

收费装置，用于当主计算机接收到来自所述多个接收者终端之一的确认信息时对发送者收取一个附加费。

2.根据权利要求1所述信息处理系统，其中所述应答装置适于通过主计算机向发送者终端发送表示接收者终端已经接收到广告信息电子邮件的接收信息和接收者对该广告信息的响应至少其中之一。

用于有效地确定信息的受发者的信息提供装置

本申请是申请号为 96109361.7, 发明名称为“用于有效地确定信息的受发者的信息提供装置”的申请的分案申请。

技术领域

本发明涉及一种用于自动地确定由接收者从发送者接收到的信息例如电子邮件, 语音邮件, 视频点播数据, 传真数据和传统的邮件的受发者的信息提供装置和方法。

背景技术

近年来, 由于计算机网络在规模上已经增长和个人计算机变得越来越普及, 利用计算机通信的大宗销售系统已经被尝试。这样的大宗销售的一个例子, 提供物品, 服务, 等等的卖主可以发送直接邮件例如包括广告信息的电子消息到用户。用户接收到这个直接邮件并访问其内容。如果用户想要在直接邮件中描述了特征的一种商品或类似的物品, 他或她就可通过一个预定方法定货。

但是, 传统的用于分发广告信息的方法有下述问题。

由于直接邮件的发送者几乎无条件地向计算机网络的全部用户发送广告信息, 尽管有的接收到直接邮件的用户并不访问其内容。此外, 即使用户访问直接邮件的内容, 他们也可能对直接邮件中描述了特征的商品不感兴趣并且不会定货。因而, 对于发送者来说, 广告的命中率是很低的。

另外, 即使用户不需要广告信息, 广告信息也被单方向地送到计算机网络的用户。因而, 用户必须花费许多时间应付广告信息。当用户连续不断地接收到大量的自己不感兴趣的有关供货商或商品或类似物品的广告信息时, 用户的负担会进一步增加。

发明内容

本发明的目的就是要提供一种用于有效地限制发送者发出的各种类型的信息的受发者的信息提供装置及其方法。

本发明包括一种用于完成从发送者向接收者分发非特定信息的过程的信息提供装置, 存储介质及其方法。

根据本发明的信息提供装置包括一个输入单元, 一个处理单元, 一个分发单元, 一个存储单元, 一个确认单元, 和一个应答单元。

根据本发明的一个方面，输入单元输入一个信息接收要求和一个信息传送要求。信息接收要求包括接收者的接收者属性和对要传送的信息的要求条件。信息接收要求由接收者指定。信息传送要求包括要传送的信息的信息属性和发送者对接收者的要求条件。信息传送要求由发送者指定。

当信息属性满足对信息的要求条件以及接收者属性满足对接收者的要求属性时，处理单元允许发送者向接收者分发信息。

接收者属性和发送者对接收者的要求条件由输入单元输入到信息提供装置。处理单元确定接收者属性与发送者要求属性一致。接收者属性为接收方的属性，例如，年龄，性别，和职业。发送者输入对于这些属性的要求条件。处理单元可以选择满足发送者要求条件的接收者。

信息属性和接收者的要求条件从输入单元输入。处理单元可以确定是否信息属性满足接收者要求条件。信息属性是要发送的信息的属性，例如信息类型，门类，和有效期。接收者输入对这些属性的要求条件，处理单元可以选择满足接收者要求条件的信息发送者。

根据本发明的另一个方面，输入单元输入用户从预定的商品或服务门类信息中指定的商品或服务类型的信息。处理单元根据所属入的类型信息选择商品或服务广告信息。分发单元将所选择的广告信息分发给用户。于是，用户仅接收他或她想要的信息并能拒绝他或她不要的广告信息。

根据本发明的另一个方面，输入单元输入一个划分条件，用于将分发给多个接收者的广告信息分为符合划分条件的多个批次，于是，向众多接收者分发广告信息的过程可以分成任何数目的批次。

根据本发明的另一个方面，存储单元存储发送者的概况。当发送者开始发送广告信息到接收者时，分发单元将该概况和广告信息一道分发。因此，接收者可以从其接收的广告信息知道发送者的商品等等消息。

根据本发明的另一方面，输入单元输入广告信息的有效期。该有效期由发送者以预定的单位例如特定的时间或者期间指定。当该有效期到期时，处理单元禁止分发该广告信息。因此，发送者只能分发有效的广告信息。

根据本发明的另一方面，输入单元输入一个由接收者指定的接收限制命令，接收限制命令在一个预定的期间内限制接收者接收的广告信息的数

量。处理单元允许分发接收限制门类内的广告信息。因此，只有当例如广告信息未超过接收者的信箱的容量时，发送者可以向接收者分发广告信息。

根据本发明的另一方面，输入单元输入接收者要求类型的广告信息和发送者指定的多种类型的广告信息。处理单元将接收者要求类型的广告信息与多个类型的信息的组合相比较并从多个接收者中选择受发者。于是发送者可以需要两个或多个类型的商品或服务，例如“汽车”和“房子”的接收者，并送出其广告信息。

根据本发明的另一个方面，确认单元用电子学的方法确认接收者已经接收到该广告信息并且已经访问其内容。应答单元自动地生成表示接收者已经访问广告信息的内容的确认信息并且向分发单元或者发送终端发送该确认信息。

例如，确认单元不仅确认广告信息已经通过电子邮件被分发到接收终端，而且也确认接收者已经访问了广告信息的内容。该确认信息从应答单元被送到分发单元。因此，分发单元可以确认接收者已经访问了该广告信息的内容。相应地，发送者可以从分发单元或者应答单元获得确认信息。该确认信息可以用于向发送者收取广告信息的分发服务费。

根据本发明，提供了一种信息处理系统，用于从发送者向多个接收者分发广告信息，所述系统包括主计算机网络，发送者终端和多个接收者终端，其中：每一接收者终端包括：输入装置，用于输入信息接收要求，包括在接收者终端的接收者的接收者属性，和接收者对广告信息的要求条件，所述信息接收要求由接收者指定并从接收者终端发送；确认装置，用于以电子方法确认在接收者终端已经接收到广告信息电子邮件并且在屏幕上显示所述广告信息的内容；以及应答装置，用于响应在屏幕上显示内容的操作，自动地产生表示在接收者终端的接收者已经访问了广告信息的内容的确认信息，并且用于向主计算机发送该确认信息；发送者终端包括：输入装置，用于输入信息发送要求，包括广告信息的信息属性和发送者对接收者的要求条件，所述信息发送要求由发送者指定并且从发送者终端发送；主计算机包括：确定装置，用于根据接收者的接收者属性确定广告信息的分

发的被分发者，使得每一被分发者的接收者属性满足发送者对接收者的要求条件；分发装置，用于当信息属性满足对信息的要求条件时，将来自发送者的广告信息电子邮件分发到由所述确定装置确定的被分发者；以及收费装置，用于当主计算机接收到来自所述多个接收者终端之一的确认信息时对发送者收取一个附加费。

本发明的这些和其它目的，特征和优点通过结合附图所示的最佳实施例的详细描述而变得更为清楚。

附图说明

图 1 示出了根据本发明的信息提供装置的原理的方框图；

图 2 为一个示意图，示出了根据本发明的实施例的系统的结构。

图 3 为示出分发主计算机的结构方框图；

图 4 为示出接收终端的处理过程的流程图；

图 5 为示出发送终端的处理过程的示意图；

图 6 为示出商品/服务门类表的示意图；

图 7 为示出汇总表的一个例子的示意图；

图 8 为示出一个广告接收要求一个例子的示意图；

图 9 为一个流程图，示出了一个第一广告接收要求登记处理过程；

图 10 为一个流程图，示出了一个第二广告接收要求登记处理过程；

- 图 11 为示出接收装置登记表的一个例子的示意图；
图 12 为一个现实接收装置登记处理过程的流程图；
图 13 为示出广告传送要求例子的示意图；
图 14 为示出广告传送要求登记处理过程的流程图；
图 15 为示出分发清单的例子的示意图；
图 16 为示出传送广告文件的例子的示意图；
图 17 为示出发送者概况的例子的示意图；
图 18 为示出传送完成管理信息的例子的示意图；
图 19 为示出接收限制信息的例子的示意图；
图 20 为示出广告信息分发处理过程的流程图；
图 21 为示出限制处理的流程图；
图 22 为示出发送处理过程的流程图。

具体实施方式

下面结合附图描述本发明的最佳实施例。

图 1 是示出根据本发明的信息提供装置的原理的方框图。图 1 所示的信息提供装置包括一个输入单元 1，一个处理单元 2，一个分发单元 3，一个确认单元 4，和一个应答单元 5。

输入单元 1 输入一个信息接收要求和一个信息传送要求。信息接收要求包括接收者的接收方属性和对要传送的信息的要求条件。信息接收要求由接收者指定。信息传送要求包括要被传送的信息的信息属性和发送者对接收者的要求条件。信息传送要求由发送者指定。当信息属性满足对信息的要求条件，接收者属性满足对接收者要求条件时，处理单元 2 允许从发送者向接收者分发信息。

接收者属性和发送者对接收者的要求条件通过输入单元 1 被输入到信息提供装置中。处理单元 2 确定接收者属性是否与发送者要求条件符合。接收者属性为接收方的属性，例如年龄，性别，和职业。发送者输入对于这些属性的要求条件。处理单元 2 可以选择满足发送者要求条件的接收者。

信息属性和接收者对信息的要求条件由输入单元 1 输入。处理单元 2 确定信息属性是否满足接收者的要求条件。信息属性是被发送信息的诸如信息类型，门类，和有效期一类的属性。接收者输入的对这些属性的要求

条件。处理单元可选择满足接收者要求条件的信息。

此外，输入单元 1 输入由接收者从预定的商品或服务门类信息中指定的商品或服务的的第一种类型的商品或服务信息。处理单元 2 根据输入的第一类型的信息选择商品或服务的广告信息。分发单元 3 向接收者分发选择的广告信息。

商品或服务门类信息包括以目录或汇总形式发送的广告信息类型。接收者输入指定一种或多种类型广告信息的第一类广告信息。处理单元 2 从门类信息中指定接收者所要的符合第一类信息的商品或服务类型。分发单元 3 将符合类型的广告信息分发给接收者。于是，接收者就能只接收他或她想要接收的广告信息并拒绝他或她不想要的广告信息。

当接收者已经从分发单元 3 接收到广告信息并且已经访问了其内容的话，确认单元 4 以电子学方法对此进行确认。应答单元 5 自动地生成表示接收者已经访问其内容的确认信息并将确认信息送回分发单元 3 或发送终端。

例如，除了通过电子邮件向接收者终端分发广告信息之外，确认单元 4 可以确认接收者已经访问了其内容。应答单元 5 向分发单元 3 发送该确认信息。于是，分发单元可以确认接收者已经看到该广告信息。相应地，发送者可以从分发单元 3 或者应答单元 5 获得该确认信息。该确认信息可以用于交付广告信息的分发服务的费用。

例如，图 1 中所示的输入单元与图 2 所示的分发主计算机 11 的网络 12 的输入/输出单元或者每个接收终端 13 和发送终端 14 的输入单元一致。此外，处理单元 2 与图 3 中所示分发清单生成部分 23 相同。分发单元 3 与广告信息分发部分 27 一致。确认单元 4 和应答单元 5 与接收者终端 13 的 CPU（中央处理单元）一致。下面描述该结构。

图 2 为示出根据本发明的一个实施例的系统结构示意图。在图 2 中，分发主计算机 11，接收者终端 13 和发送者终端 14 连接到通信网络 12。发送者终端 14 为商品，服务等等的提供者的计算机终端。接收者终端 13 为网络的另一个用户的计算机终端。总的来说，有多个接收者终端 13 和多个发送者终端 14 被连接到网络 12。根据从接收者终端 13 和发送者终端 14

接收到的各种信息，分发主计算机 11 指定发送和接收与从接收终端 13 和发送者终端所收到的信息一致的各种广告信息发送者和接收者。

图 3 为示出分发主计算机 11 的结构和在分发主计算机 11 和接收终端 13 或发送终端 14 之间交换的信息流程的方框图。图 3 中所示的分发主计算机 11 包括一个分发清单生成部分 23，广告信息分发部分 27，收费处理部分 28，应答发送部分 33。分发主计算机 11 存储一个汇总表 20，一个商品/服务门类表 21，一个广告接收要求 22，一个广告传送要求 34，一个接收装置登记表 24，一个分发清单 25，一个传送广告文件 26，传送完成管理信息 29，接收限制信息 30，确认信息 31，和一个发送者概况 32。

分发清单生成部分 23 和收费处理部分 28 由分发主计算机 11 中的 CPU 的功能实现。汇总表 20，商品/服务门类表 21，广告接收要求 22，广告传送要求 34，接收装置登记表 24，分发清单 25，传送广告文件 26，传送完成管理信息 29，接收限制信息 30，确认信息 31，和发送者概况 32，被存储在分发主计算机 11 中的存储器或者一个磁盘单元中。广告信息分发部分 27 和应答发送部分 33 的结构取决于通信的模式。当使用电子邮件通信时，这些部分由分发主计算机 11 的 CPU 实现。当语音邮件用于通信时，这些部分由 CPU 和一个电话终端实现。当使用传真数据通信时，这些部分由 CPU 和 FAX 终端实现。当在通信中使用传统的邮件时，这些部分由 CPU 和传统的邮件服务实现。

下面将参照图 4 和图 5 描述具有图 3 中所示的分发主计算机 11 的直接邮件分发系统中的信息分发处理过程的流程图。

图 4 为示出接收者终端 13 的处理过程的流程图。在图 4 中，当处理过程开始时，接收者终端 13 将作为接收者的用户指定的广告接收要求 22 登记到主计算机 11 中（步骤 S1）。此外，接收者终端 13 将广告接收装置（广告接收模式）登记到接收装置登记表 24（步骤 S2）。广告接收要求 22 代表接收者的属性和接收者对于广告信息的要求条件。广告接收装置代表接收者要求分发模式。当广告接收要求 22 被登记时，如果有必要，可以采用汇总表 20 或商品/服务门类表 21。

在指定的广告接收装置为通过网络 12 发送的电子邮件的情形时，当接

收者从广告信息分发部分 27 接收到发送者的广告信息时 (步骤 S3)，接收者访问广告信息的内容 (步骤 S4)。接收者终端 13 用电子学的方法确认接收者已经访问了该内容。当接收者完成在屏幕上示出电子邮件内容的操作时接收者对广告信息的访问即被确认。接收者终端 13 自动地生成表示接收者已经访问广告信息的内容的确认信息 31 并将该确认信息 31 送回到分发主计算机 11。当接收者生成电子邮件回答广告信息时，接收者终端 13 向应答发送部分 33 发送该电子邮件 (步骤 S5)。结果，该处理过程完成。

当指定的广告接收装置不是电子邮件时，接收者所进行的处理基本上与上面所述的处理相同。但是，在这种情况下，确认信息并不总是被产生。此外，应答也不总是通过电子邮件发送。

图 5 为示出图 14 中的发送者终端 14 的处理过程的流程图。在图 5 中，当处理开始时，发送者终端 14 登记提供者即发送者生成的发送者概况 32 并将广告文件 26 传送到分发主计算机 11 (步骤 S11,S12)。传送概况 32 表示由发送者提供发送者的简要介绍和商品的提要等。传送广告文件 26 包括各商品和类似物的详细说明。广告信息也不总是文件数据。相反，广告信息也可以包含图像数据和语音数据。

其后，发送者终端 14 向分发清单生成部分 23 发送由发送者指定的广告传送要求 34 (步骤 13) 以使广告信息分发部分 27 分发该广告信息 (步骤 S14)。广告传送要求 34 代表广告信息的属性和发送者对接收者的要求条件。另外，广告传送要求 34 起到发送者的广告信息管理总帐的功能。发送者确认由应答发送部分 33 送回的应答 (步骤 S15)。结果，过程完成。当应答通过电子邮件发送时，发送者可以在发送者终端 14 确认该应答。

另一方面，主计算机 11 的分发清单生成部分 23 根据广告接收要求 22 和广告传送要求 34 确定广告信息的受发者并生成分发清单 25。当广告信息分发部分 27 从发送者终端 14 接收一个分发命令时，广告信息分发部分 27 参照广告传送要求 34，接收装置登记表 24，分发清单 25，传送完成管理信息 29，和接收限制信息 30 分发传送广告文件和发送者概况。广告信息分发部分 27 将传送结果记录到分发清单 25，将分发起始数据和所传送的广告信息的件数记录到广告传送要求 34。广告信息分发部分 27 将所分

发的广告信息的发送者的信息送到收费处理部分 28 和应答发送部分 33。应答发送部分 33 将表示接收者是否接收到广告信息并已访问其内容的应答状态送给发送者。

当广告信息已经被分发到接收者时，收费处理部分 28 向发送者收取广告信息费。若收费处理部分 28 接收到确认信息 31，收费处理部分 28 向发送者收取广告信息附加费。由于收费处理被分为广告信息被分发和访问被确认两个阶段，分发费可以指定得使对访问广告信息内容的接收者的分发费高于对只接收广告信息的接收者的分发费。

下面，参照图 6 到图 10，描述广告接收要求 22 的登记过程。

图 6 和图 7 示出了商品/服务门类表 21 和登记广告接收要求 22 时参考的汇总表 20。图 6 中所示的商品/服务门类表存储了商品或者服务的门类名称和与之对应的门类代码。例如，门类名称“家具”的门类代码为“0101001”。图 7 所示的汇总表用于检索门类名称和对应于接收者指定的词的门类代码。汇总表具有三个层次的类别：大类，中类，和小类。

图 8 为广告接收要求 22 的一个例子的示意图。在广告接收要求 22 中，信息栏“直接邮件分发系统 ID”，“生日”，“性别”，“职业”，“居住区域栏”，“活动范围”，“目前区域”，表示接收者的个人属性信息。信息栏“门类 i”和“门类 i 的有效期”（其中 $i=1,2,\dots,M$ ）表示广告信息的类型及其条件。信息栏“直接邮件分发系统 ID”存储了由分发主计算机 11 自动为接收者指定的标识。信息栏“职业”存储了职业门类代码。信息栏“居住区域”，“活动区域”，和“目前区域”存储了相应的区域代码。活动范围表示日常活动范围。目前区域表示能接收广告信息的终端的最新的位置。信息栏“门类 i”和“门类 i 的有效期”分别存储了商品/服务门类表 21 的代码和该门类的广告接收要求有效期。

当接收者的个人终端例如便携式电话或接收者的个人手持电话（PHS）的当前位置信息被存储为目前区域时，可以用来缩小对广告信息的受发者的选择。例如，宣布超级市场的有限的特别出售的语音邮件可以在相应于该出售预定的时区分发给商店附近的接收者。指定每个门类的有效期时，要求门类可以按季节改变。此外，在预定的时间周期过后，预定

门类的广告信息的分发可以被自动停止。

图 9 示出了由接收者终端 13 和分发主计算机 11 执行的第一广告接收要求登记处理过程的流程图。在第一广告接收要求登记过程中，采用了商品/服务门类表 21。在图 9 中，当处理过程开始时，接收者在接收者终端 13 上输入诸如生日一类的属性信息（步骤 S20）。然后，分发主计算机 11 在接收者终端 13 的屏幕上显示出商品/服务门类表 21 的所有门类（步骤 S21）。

当接收者选择一种被示出的门类时（步骤 S22），分发主计算机 11 利用被选择的门类的的一个关键词检索已经被存储的广告传送要求 34（步骤 S23）。分发主计算机 11 示出在预定的时间周期内已经发送的该门类的广告传送要求 34 的个数（广告信息的记录数）（步骤 S24）。分发主计算机 11 提示接收者登记选择的门类作为要求门类（步骤 S25）。在本例中，该预定周期为一个月。接收者可将所显示的广告信息传送次数当作信息的流行程度的晴雨表。

当接收者要登记该门类时，他或她输入接收该门类的广告信息的有效期（步骤 S26）。结果，该过程被完成。当接收者不想登记该门类时，流程返回至步骤 S21。

在步骤 S22，如果接收者指定一个未包括在商品/服务门类表 21 的门类时，分发主计算机 11 可以将该指定的门类作为一个新的门类加入到商品/服务表 21。

图 10 为示出由接收者终端 13 和分发主计算机 11 执行的第二广告接收要求登记处理过程。在第二广告接收要求登记过程中，使用了汇总表 20。在图 10 中，当过程开始时，接收者在接收者终端上输入诸如生日一类的属性信息（步骤 S30）。然后，接收者输入想要接收的广告信息的关键词（步骤 S31）。下一步，分发主计算机 11 根据关键词在汇总表 20 中检索门类（步骤 S32）。

在图 7 中所示的汇总表被采用的情况下，当输入的词为“家用器具”时，所有的在大类“家用器具和业余爱好”中的门类名称都被输出作为检索的结果。当输入的词为“家具”时，只有在小类中的单个门类“家具”

被输出作为检索结果。

下一步，分发主计算机 11 用对应于输入词的门类的关键词检索已经被存储的广告传送要求 34（步骤 S33）。分发主计算机 11 在接收者终端 13 的屏幕上显示在预定的时间周期内发送该门类广告传送要求 34 的数目（广告信息的记录数）（步骤 S34）。分发主计算机 11 提示接收者登记该门类作为所需的门类（步骤 S35）。在该例中，预定周期为一个月。当有多个门类与关键词相符时，每个门类的广告信息的记录数都被示出。

当接收者要登记该门类时，他或她输入接收该门类的广告信息的有效期（步骤 S36）。结果，该过程被完成。当接收者不想登记该门类时，流程返回至步骤 S31。

如果接收者输入一个未包括在汇总表 20 中的词作为门类名称时，分发主计算机 11 可以将该输入的词作为一个新的门类名称加入到汇总表 20 中。

通过图 9 中所示的第一广告接收要求登记处理过程或者图 10 中所示的第二广告接收要求登记处理过程，生成了广告接收要求 22。下一步，接收装置登记过程将参照图 11 和图 12 进行描述。

图 11 示出了接收装置登记表 24 的一个例子的示意图。在图 11 中所示的接收装置登记表中，信息栏“接收者 ID”存储由分发主计算机 11 指定的接收者直接邮件分发系统 ID。信息栏“接收装置 i”（其中 $i=1,2,\dots,N$ ）存储具有第 i 个优先级的接收装置的代码。通常，广告信息是以接收装置 1 指定的模式进行分发的。接收装置的代码 1,2,3,4 和 5 分别代表使用通过传真数据，语音邮件，电子邮件，视频点播数据；和传统邮件的广告信息接收装置（分发模式）。应当指出，这些接收装置还可以用这样的方式进行子分类，即可以采用对应于多个电子邮件系统的多个代码。

信息栏“接收装置的地址 i”存储了接收者的接收终端或其它类似东西的地址。当接收装置为传真机时，传真机的号码被存储。当接收装置为语音邮件时，电话号码被存储。当接收装置为电子邮件时，计算机网络用户 ID 被存储。当接收装置为视频点播系统时，用户 ID 被存储。当接收装置为传统邮件时，其地址被存储。

信息栏“接收装置 i 的限制单位”存储接收装置的接收限制量的单位。限制单位是，例如在预定的单位期间（例如，每周）所接收的邮件的件数或者字节数。信息栏“接收装置 i 的限制周期”存储所要求以天或周为单位的接收装置的接收周期。信息栏“接收装置 i 的限制量”存储相应于限制单位的接收装置可接收的信息量。在电子邮件的情况下，接收者的邮件箱的容量可以作为限制量。另一方面，接收装置 i 的限制量可以由用户指定。

信息栏“接收装置 i 的限制违反处理”存储限制违反代码，表示限制周期或接收装置的限制量被违反时的处理。当限制违反代码为“1”时，广告信息的接收被拒绝。当限制违反代码为“2”时，广告信息在第二天或晚些时候被接收。当限制违反代码为“3”时，只有广告信息的首行（或标题）被接收。信息栏“接收装置 i 的例外接收”存储一个标志，该标志表示在接收装置的限制被违反的情况下广告信息是否被作为例外接收。当接收者想要这种例外的接收时，标志为“是”。否则，标志为“否”。

在表的最下行的信息栏“接收拒绝”存储一个接收者想拒绝接收其广告信息的发送者直接邮件分发 ID。因此，当指定信息栏“接收拒绝”被指定时，接收者能够拒绝接收来自接收者所指定的发送者直接邮件。

图 12 为示出接收者终端 13 和分发主计算机 11 执行的接收装置登记过程的流程图。在图 12 中，当过程开始时，接收者选择一个接收装置（步骤 S41）并输入选择的接收装置的地址（步骤 S42）。选择的接收装置在接收装置登记表 24 上被登记为接收装置 1。该输入地址被存储为接收装置 1 的地址。

然后，接收者选择接收限制单位（步骤 S43）和接收限制周期（步骤 S44）。此后，接收者输入接收限制量（步骤 S45）和任何违反限制的处理（步骤 S46）。所选择的接收限制单位被存储作为接收装置 1 的限制单位。所选择的接收限制周期被存储作为接收装置 1 的限制周期。输入接收限制量被存储作为接收装置 1 的限制量。输入任何违反限制的处理被存储作为接收装置 1 的违反限制的处理。然后，接收者选择例外接收的有效/无效（步骤 S47）。所选择的结果被存储作为接收装置 1 的例外接收。

分发主计算机 11 提示接收者登记另一个接收装置（步骤 S48）。当接

收者要登记另一个接收装置时，流程返回至步骤 S41。当步骤 S41 至 S47 被重复时，多个接收装置被以较高优先级的顺序存储在接收装置登记表 24 中。当接收者不要登记另一个接收装置时，他或她指定一个他或她想拒绝接收其信息的发送者（步骤 S49）。结果，过程被完成。下面，参见图 13 至图 15，描述广告传送要求 34 的登记过程。

图 13 为示出广告传送要求 34 的一个例子的示意图。在图 13 中所示的广告传送要求中，信息栏“发送者 ID”“传送广告文件数”，“有效期”和“门类”表示广告信息的属性。信息栏“检索公式”代表发送者的接收者的要求条件。信息栏“传送批次的最大数”，“分批分发”，“分批分发的批次数”，和“分批分发的间隔”表示广告信息的分发条件。信息栏“传送结果”，“分发开始日期”和“状态”表示分发过程的管理信息。

信息栏“发送者 ID”存储发送者直接邮件分发系统 ID。信息栏“传送广告文件数”存储传送广告文件 26 的一个序号数（管理序号数）。信息栏“有效期”存储传送广告文件 26 的有效期。信息栏“门类”存储由发送者指定的广告信息的门类代码。有效期可以指定为一个从几秒，几分钟，和几小时，到几天和几周的预定的时间周期。信息栏“检索公式”存储用于缩小选择接收者的集合公式。集合公式由接收者和要求门类的属性信息的 AND 和 OR 的逻辑表示（公式）组合而成。通过指定该集合公式，发送者可以自由选择广告信息的受发者。

信息栏“传送的受发者的最大数”存储传送广告文件 26 的受发者的最大数。信息栏“分批分发”存储一个标志，表示分批分发的有效/无效。分批分发表示广告信息以多个批次分发众多受发者。信息栏“分批分发的批次数”和“分批分发的间隔”分别存储了分批传送的批次数和分批分发的间隔。当发送者要以 10 批分发 1000 条直接邮件时，他或她分别给“分批分发的批次数”和“分批分发的间隔”指定数字“10”和“1”。当发送者这样指定分批分发时，他或她就能在预定的间隔向预定数目的受发者分发广告信息。

信息栏“传送结果”存储每当广告信息分发部分 27 执行分发处理对被发出的传送广告文件 26 的数目。信息栏“分发开始日期”存储传送广告文

件 26 的分发开始的日期（月/日/年）。信息栏“状态”存储例如“等待”，“执行”，或“完成”之类分发的目前状态，。利用该管理信息，可得到对应于特定门类并已在过去特定时间发送的传送广告文件 26 的数字。

图 14 示出了由发送者终端 14 和分发清单生成部分 23 执行的广告传送要求登记过程的流程图。在图 14 中，当过程开始时，分发清单生成部分 23 在发送者终端 14 的屏幕上示出商品/服务门类表的所有门类（步骤 S51）。当发送者选择被示出的门类之一时（步骤 S52），分发清单生成部分 23 利用一个被选择的门类的关键词检索接收者的广告接收要求 22，并示出对应于该门类的广告接收要求 22。该法不表生成部分 23 显示广告接收要求 22 的属性信息的条目和指定的门类（步骤 S53）。

当发送者选择属性和门类信息以缩小接收者的选择（步骤 S54）时，分发清单生成部分 23 利用由被选项目组成的集合公式检索广告接收要求 22 并产生一个包括对应于检索条件的接收者 ID 的分发清单 25（图 15 所示）（步骤 S55）。在广告接收要求被存储在有关数据库的情况下，当分发清单生成部分 23 向数据库发送一个由检索公式组成的询问时，要求广告接收要求 22 可以自动地被检索。在图 15 所示的分发清单中，发送者 ID 和传送广告文件数与图 13 中所示的广告传送要求相同。信息栏“接收者 ID-i”（其中 $i=1,2,\dots,J$ ）存储第 i 个接收者直接邮件分发系统 ID。信息栏“传送结果 -i”存储第 i 个接收者的传送结果。

于是，发送者可以指定要被传送的广告信息的门类。此外，发送者可以指定想要接收的广告信息的门类名称。例如，在发送者要发送有关汽车的直接邮件的情况下，当发送者在步骤 S54 指定“汽车”，和“家用器具”作为门类名称，他或她就可将直接邮件只发送到想要接收有关“汽车”和“家用器具”的接收者。在这种情况下，发送者可以指定三个或更多的门类名称。

下一步，分发清单生成部分 23 显示在生成的分发清单 25 中的受发者数字（步骤 S56）并提示发送者确定受发者（步骤 S57）。当发送者不接受所示的受发者数字，则流程返回至步骤 S53。当发送者接受受发者数字时，分发清单生成部分 23 将以前输入的传送的受发者的最大数与分发清单

25 中的受发者数进行比较（步骤 S59）。当受发者数大于传送的受发者的最大数时，分发清单生成部分 23 从分发清单 25 中随机地除去一些受发者（步骤 S60）。然后，分发清单生成部分 23 提示发送者指定分批分发（步骤 S61）。当受发者数等于或少于传送的受发者的最大数时，流程进至步骤 S61。

当发送者指定分批分发时，他或她输入分批分发的批次数和分批分发的间隔（步骤 S62）。然后发送者输入有效期（步骤 S63）。结果，该过程完成。当发送者在步骤 S61 没有指定分批分发时，流程进至步骤 S63。

在步骤 S56，统计数据（例如要接收每个指定门类的广告信息的接收者数及其属性信息）可以被示出在发送者终端 14 的屏幕上。由此，发送者可以参考被示出的统计信息确定受发者。

下面参照图 16 至 22，描述广告信息分发过程。

图 16 示出了传送广告文件 26 的一个例子的示意图。在图 16 所示的传送广告文件中，信息栏“发送者 ID”和“传送广告文件数”与图 13 中的广告传送要求那些相同。信息栏“标题”存储由发送者生成的传送广告文件的标题（首行）。信息栏“主体”存储传送广告文件内容的的数据。该数据并不限于文本数据，也可以是图像数据和/或语音数据。信息栏“发送装置”存储由发送者指定的传送广告文件的接收装置代码。

图 17 示出了发送者概况 32 的一个例子的示意图。在图 17 所示的发送者概况中，信息栏“公司名称（人名）”存储公司名称或发送者的名字。信息栏“电话号码”，“传真号码”，“计算机网络用户 ID”，和“直接邮件分发系统用户 ID”，存储关于发送者的相应的信息。信息栏“公司简介”存储公司的简介。信息栏“关心的商品门类”存储至少一个由发送者提供的商品/服务的门类代码。利用发送者概况 32，发送者的联系信息可以被送到接收者。由此，接收者可以容易地与发送者进行联系。

图 18 示出了传送完成管理信息 29 的例子的示意图。图 18 所示的传送完成管理信息是由每个发送者生成的。信息栏“发送者 ID”存储发送者直接邮件分发系统 ID。信息栏“传送完成 ID”存储发送者已经向其发送了广告信息的所有的接收者的直接邮件分发系统 ID。利用传送完成管理信息

29，发送者可以将他或她已经向其发送了广告信息的接收者与其它接收者区分开来。

图 19 示出了接收限制信息 30 的一个例子的示意图。图 19 中所示的接收限制信息 30 是为每个接收者产生的。信息栏“接收者 ID”存储接收者直接邮件分发系统 ID。信息栏“完成传送记录数”存储以接收者所登记的接收装置 1 的模式发送的广告信息的记录数。在这种情况下，广告信息的发送者并未载明。利用接收限制信息 30 和接收装置登记表 24，可以确定传送到接收装置的记录数是否已经达到接收限制量。

• 图 20 为示出由广告信息分发部分 27 执行的广告信息分发过程的流程图。当该过程根据从发送者接收到的分发命令而开始时，广告信息分发部分 27 选择一个传送广告文件 26，这是一个对应于指定的传送广告文件号的原始文件（步骤 S71）并选择一个分发清单 25（步骤 S72）。然后，广告信息分发部分 27 向计数器置“1”（步骤 S73）并以递增的次序在分发清单 25 上选择一个接收者 ID 中（步骤 S74）。然后，广告信息分发部分 27 根据所选择的接收者 ID 查阅接收装置登记表 24 并确定接收装置登记表 24 的接收装置 1 是否与所记录的用于传送广告文件的发送装置符合（步骤 S75）。若它们不符合，广告信息分发部分 27 置对应于分发清单 25 的接收者 ID 的分发清单 25 的传送结果于“无效”（步骤 S76），计数器值递增“1”（步骤 S76），并选择下一个接收者 ID（步骤 S74）。

当在步骤 S75 接收装置 1 与发送装置相符时，广告信息分发部分 27 参考接收者的接收限制信息 30 并将已完成的传送记录数与在接收装置 1 中接收的文件限制数（接收限制量）比较（步骤 S78）。若已完成的传送记录数等于接收限制量，广告信息分发部分 27 执行限制处理（步骤 S79）。若已完成的传送记录数少于接收限制量时，则广告信息分发部分 27 参考发送者的传送完成管理信息 29 并确定传送完成 ID 是否包括所选择的接收者 ID（步骤 S80）。当接收者 ID 与传送完成 ID 之一一致时，广告信息分发部分 27 只发送传送广告文件 26 到该接收者并将接收限制信息 30 的已完成的传送的记录数递增“1”（步骤 S81）。若接收者 ID 不符合任何传送完成 ID，广告信息分发部分 27 发送传送广告文件 26 和发送者概况 32 到接收

者，将接收者 ID 加到传送完成管理信息 29 的传送完成 ID 中（步骤 S82），并将接收限制信息 30 的已完成传送的记录数递增 1（步骤 S83）。

接下来，广告信息分发部分 27 确定计数器值是否为最终值（步骤 S84）。若计数器值不是最终值时，广告信息分发部分 27 将计数器值递增“1”（步骤 S77）。然后，流程返回至步骤 S74。若计数器值变为最终值时，则过程处理完成。

当由接收者指定的通信装置符合由发送者指定的装置并且由接收者指定的限制量未被违反时，执行正常的分发过程。当限制量被违反时，执行限制过程。当发送者开始发送一个广告到一个新的接收者时，发送者概况 32 被自动地加到要被发送的传送广告文件 26 中。

图 21 为示出图 20 所示的在步骤 S79 执行的限制过程的流程图。在图 21 中，当过程开始时，广告信息分发部分 27 从接收者的接收装置登记表 24 中读取接收装置 1 的例外接收值和限制周期接收限制周期。此外，广告信息分发部分 27 从发送者的广告传送要求 34 中读取有效期。广告信息分发部分 27 确定例外接收是否是“有效的”以及有效期是今天而没有过期（步骤 S91）。若确定的结果为“是”，广告信息分发部分 27 作为例外的处理过程向接收者发送传送广告文件 26（步骤 S92）。结果，过程被完成。当确定结果为“否”时，广告信息分发部分 27 确定接收装置 1 的限制违反代码是否为“1”（步骤 S93）。

当限制违反代码为“1”时，广告信息分发部分 27 置分发清单 25 中的接收者传送结果于“无效”（步骤 S94）。结果，过程被完成。当限制违反代码不为“1”时，广告信息分发部分 27 确定限制违反代码是否为“2”（步骤 S95）。若限制违反代码为“2”，广告信息分发部分 27 在第二天发出传送广告文件 26（步骤 S96）。结果，处理过程完成。当限制违反代码不为“2”时，广告信息分发部分 27 只发出传送广告文件 26 的标题（步骤 S97）。结果，处理过程完成。

根据限制处理过程，即使当限制被违反的情况下，接收者还能例外地接收有效期将过的广告信息。并且由图 11 所示的限制违反代码所指定的程序可以被自动地执行。

图 22 为示出图 20 中所示在步骤 S81 和 S82 和图 21 中所示的步骤 S92 和 S96 所执行的发送程序的流程图。在图 22 中，当程序开始时，广告信息分发部分 27 参考发送者的广告传送要求 34 并确定目前的日期是否超出有效期（S101），当目前的日期超出有效期时，广告信息分发部分 27 置分发清单 25 上的接收者的传送结果于“无效”（步骤 S102）。结果，程序完成。当目前日期未超出有效期时，广告信息分发部分 27 以接收装置登记表 24 的接收装置 1 的指定的模式向接收者发送传送广告文件 26（步骤 S103）。然后，收费处理部分 28 向发送者 ID 收取分发费（步骤 S104）。广告信息分发部分 27 将“完成”字样置于传送结果上（步骤 S105）。结果，程序完成。

根据该发送程序，超过发送者指定有效期的广告信息的分发被自动停止。该有效期可以由发送者任意指定。此外，已经到期的有效期可以由发送者延长。

当广告信息因接收装置 1 的限制周期的到期而不能以接收装置 1 的模式发送时，广告信息可以以接收装置登记表 24 中的登记为接收装置 2 等等的另一种模式被发送。在这种情况下，优先级次序被从接收装置 1 降到接收装置 N。对于每个接收装置，均在步骤 S75 和 S78 执行确定过程。此外，图 19 中所示的接收限制信息 30 系为每个接收装置产生成的，为的是管理每个接收装置完成的传送记录数。

根据上述的实施例，接收者和发送者可以自由地改变广告接收要求 22 接收装置登记表 24，和广告传送要求 34。此外，接收者和发送者可以新输入广告接收要求 22，接收装置登记表 24，和广告传送要求 34。在这种情况下，广告信息分发部分 27 自动地执行相应于已改变的信息或新输入的信息的分发程序。

当广告接收要求 22 被登记时，分发主计算机 11 可以向接收者提供已经被登记的广告接收要求 22 的所需的门类或其他类似的东西，接收者可以登记提供的门类或其它类似的东西作为他或她的广告接收要求 22。在这点上，第一个接收者可以检索具有与第一个接收者输入的相同的属性信息的另一个接收者的广告接收要求 22，并登记检索结果作为第一个接收者的广

告接收要求 22。此外，接收者也可以从先前已经准备好并存储在分发主计算机 11 中的标准的广告接收要求中选择所需的一个。

此外，除了向接收者终端 13 分发广告信息，广告信息分发部分 27 可以连同广告信息一起分发相应于发送者指定作为检索公式的广告接收要求 22 的条目。例如，当广告信息通过电子邮件分发时，相关的条目连同传送广告文件 26 一起被示出在接收者终端 13 的屏幕上。

在该实施例中，仅叙述了供货商即发送者的广告信息的分发程序。但是，本发明可以应用于从发送者向接收者提供的任何信息。

根据本发明，发送者可以登记对接收者的要求条件，从而任意地限制信息的受发者。若接收者登记对于要接收的信息的要求条件，他或她就可以接收到所选择那种信息。于是，同时满足发送方的要求和接收方的要求信息的分发可被实现。特别是，在广告信息的情况下，可以实现较高的命中率，总之，本发明可以大大地有助于目标销售。

此外，由于个人信息，例如，生日，性别，电子邮件地址和每个接收者的电话号码都受主计算机进行管理，发送方无法知道该信息，因而接收方的隐私可以受到保护，接收者的隐名得以维持。

尽管已经根据其最佳实施例方式示出和描述了本发明，但应当理解，对于本领域的技术人员可以在形式和细节上对前述做出各种其它的改变，省略和补充，并不脱离本发明的精神和范围。

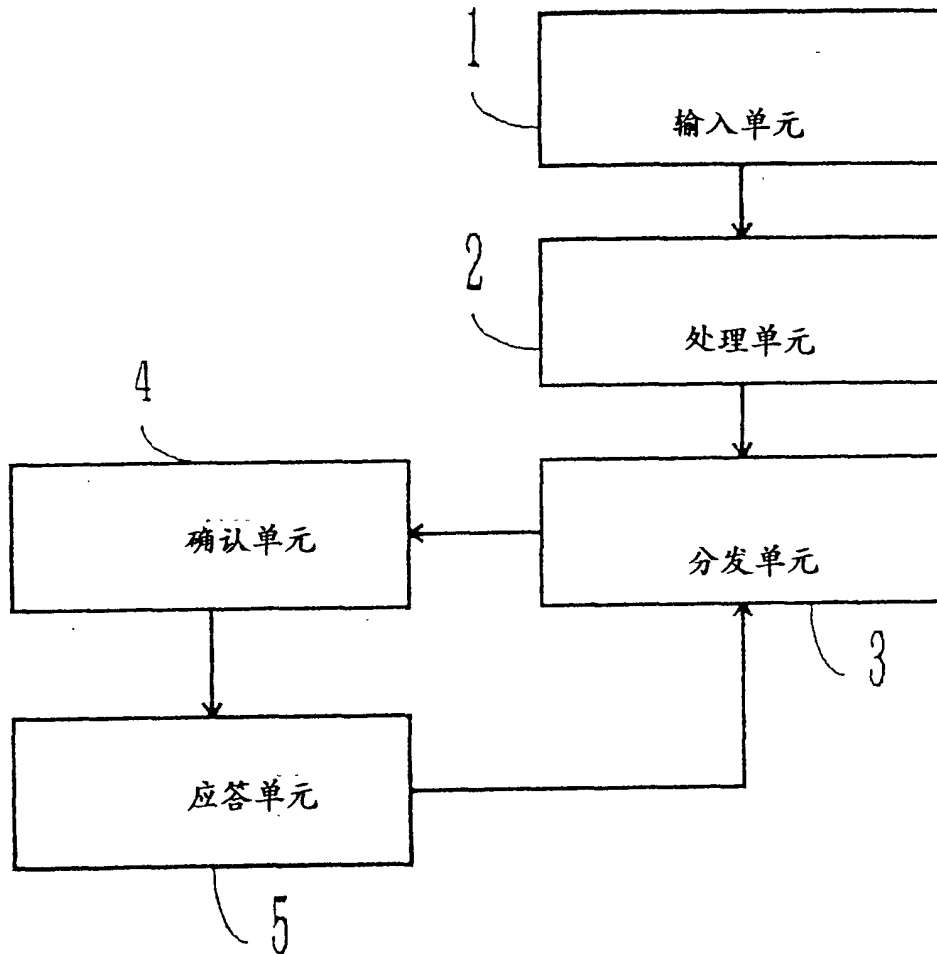


图 1

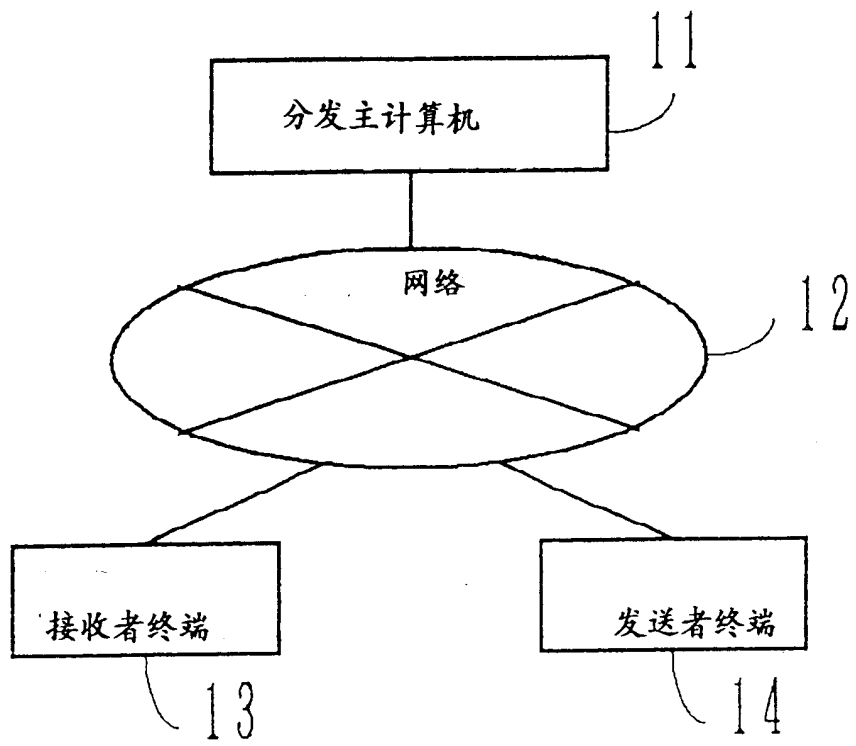


图 2

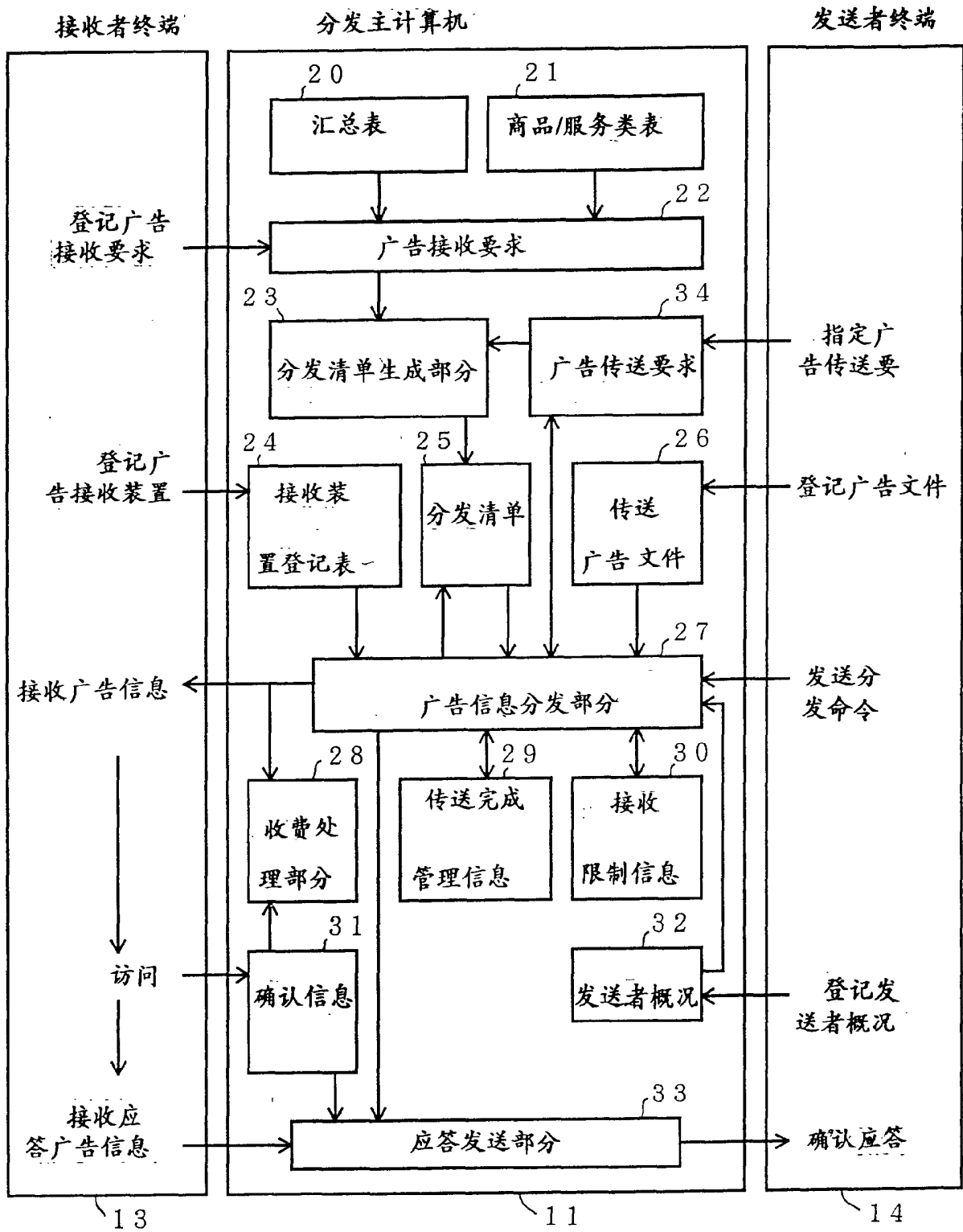


图 3

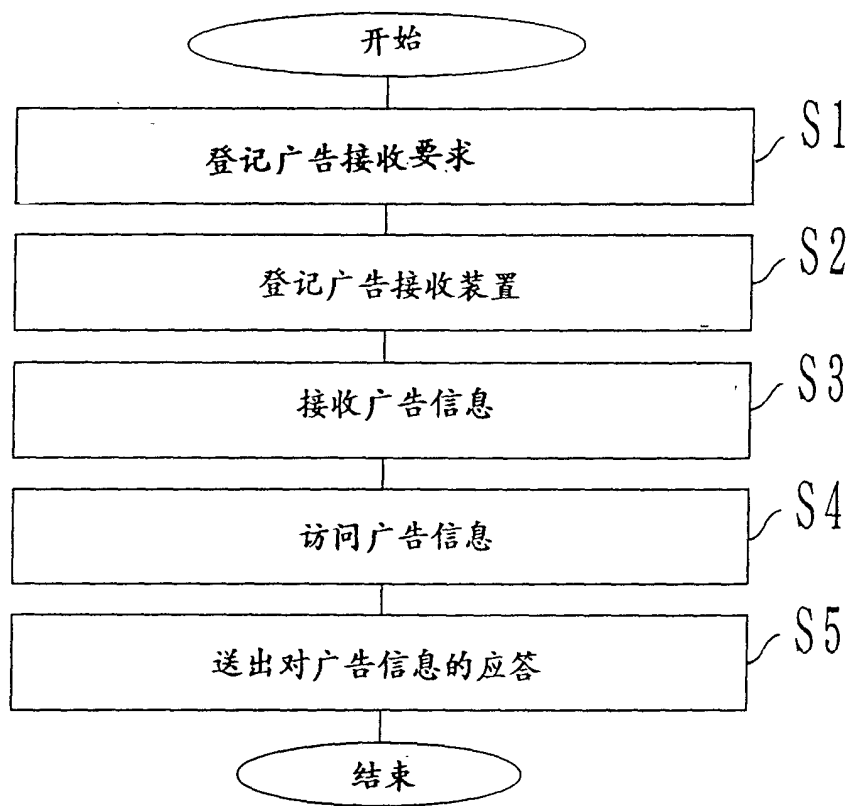


图 4

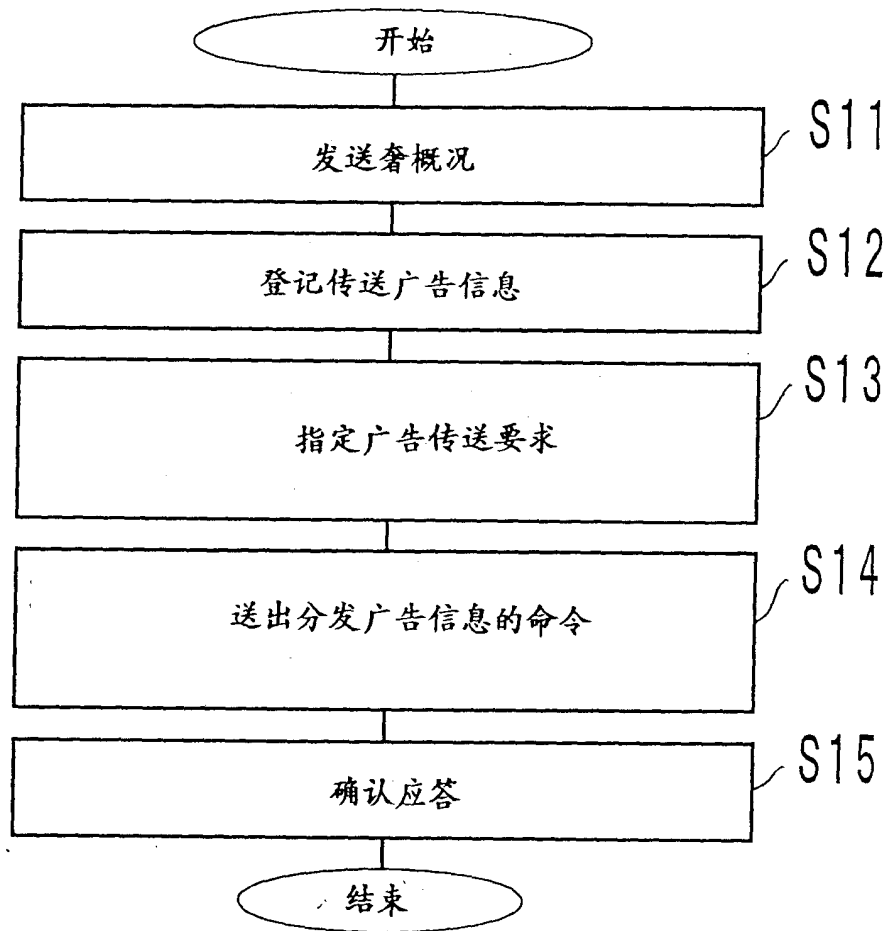


图 5

门类代码	门类名称
0101001	家具
0101002	餐具
0101003	家用电器
.....
0102001	模型
0102002	游戏
0201001	个人计算机主机
0201002	个人计算机外围设备
0201003	软件
.....

图. 6

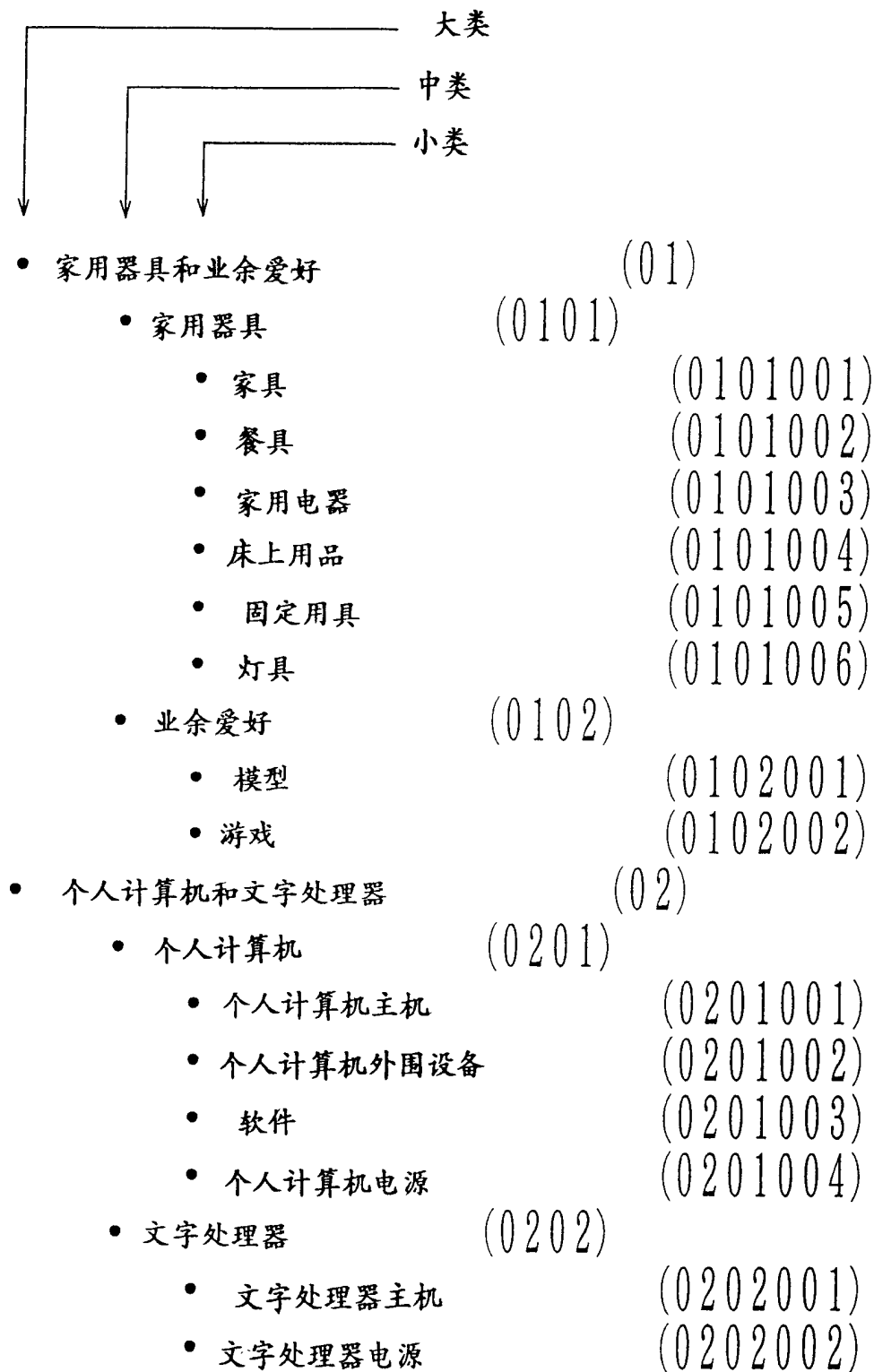


图 7

项目	内容
直接邮件 分发系统	系统自动指定的标识
生日	生日
性别	男性或女性
职业	职业门类代码
居住区域	区域代码
活动范围	区域代码 (两个或两个以上)
目前区域	门类代码
门类1	门类代码
门类1的有效期	要求的有效期
门类2	区域代码
门类2的有效期	要求的有效期
.....
门类M	门类代码
门类M的有效期	要求的有效期

图. 8

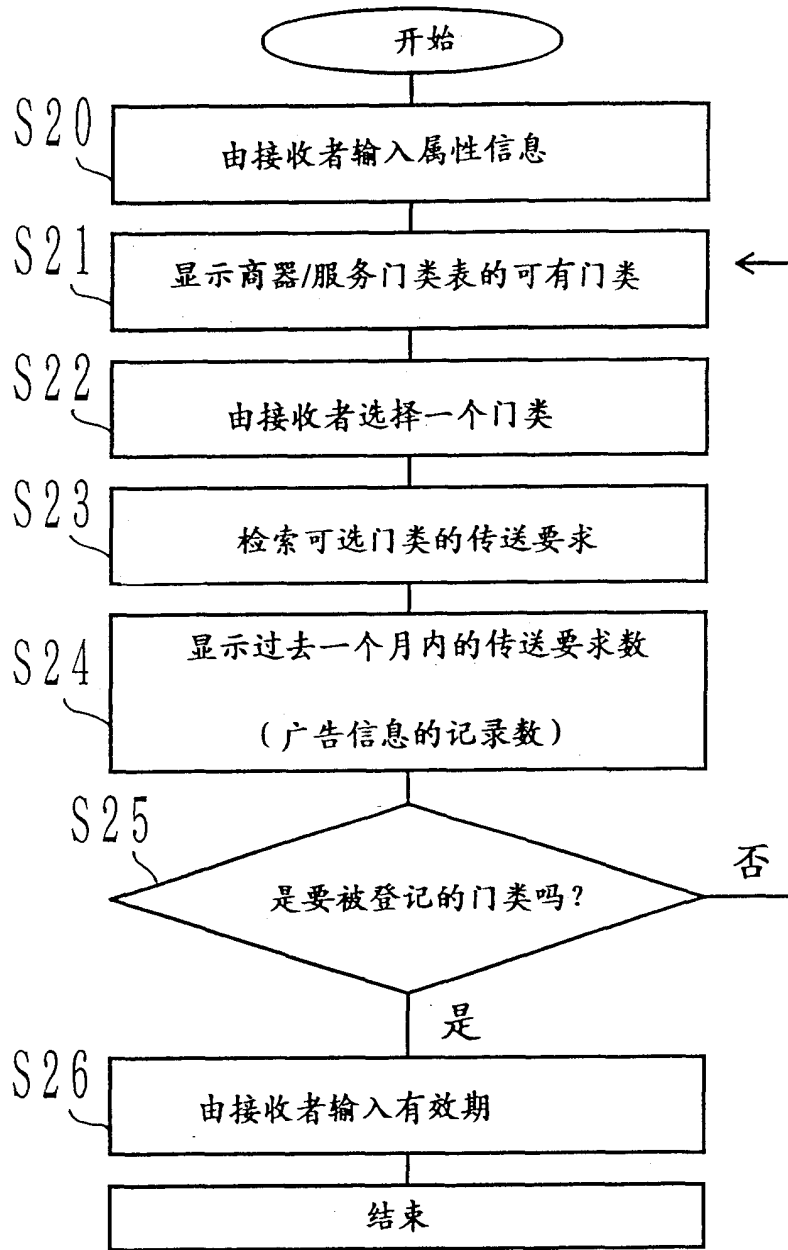


图 9

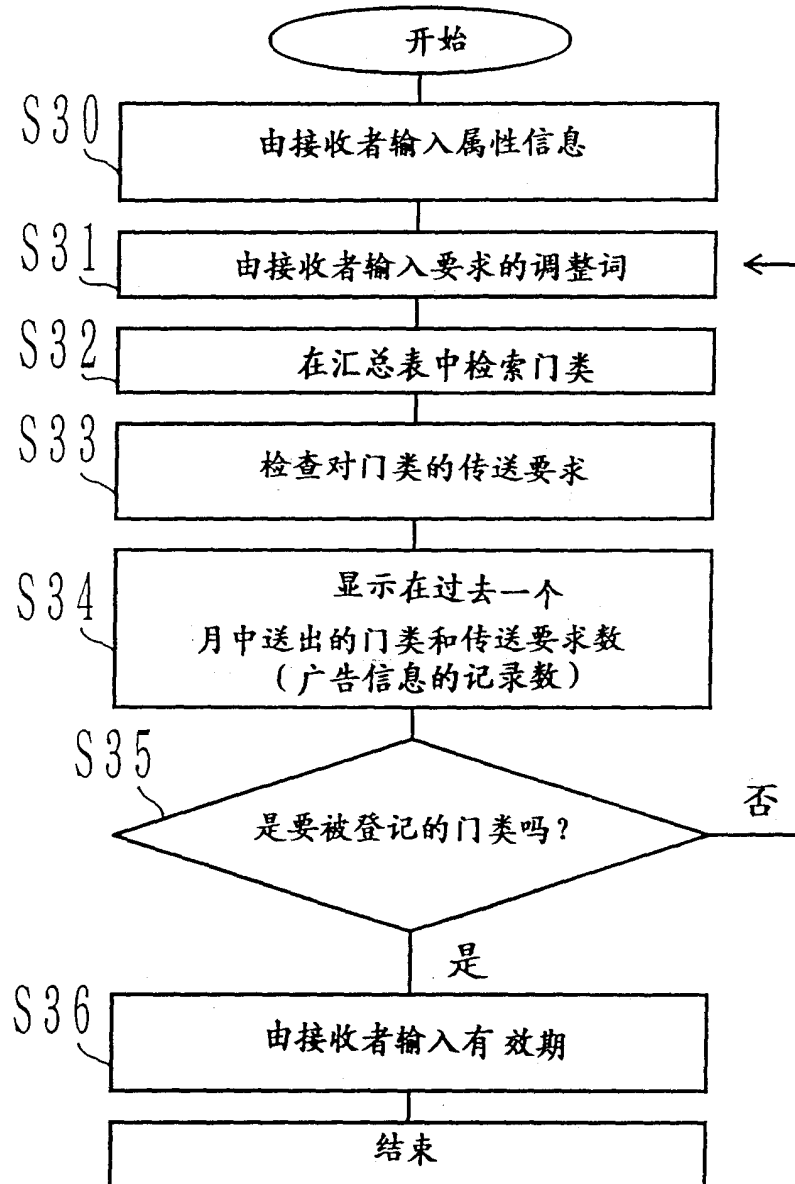


图 10

项目	内容
接收者ID	直接邮件分发系统ID
接收装置1	接收装置的代码
接收装置1的地址	地址
接收装置1的限制单位	接收限制单位 = 件, 字节
接收装置1的限制周期	接收限制周期 = 天, 周
接收装置1的限制量	接收限制量
对违反接收装置1的限制的处理	限制违反代码
接收装置1的例外接收	例外接收的有效/无效
⋮	⋮
接收装置N	接收装置的代码
接收装置N的地址	地址
接收装置N的限制单位	接收限制单位 = 件, 字节
接收装置N的限制周期	接收限制周期 = 天, 周
接收装置N的限制量	限制接收量
对违反接收装置N的限制的处理	登记违反代码
接收装置N的例外接收	例外接收的有效/无效
拒绝接收	发送者直接邮件分发系统ID

接收装置的代码

- 1 = 传真数据
- 2 = 语言邮件
- 3 = 电子邮件
- 4 = 视频点播数据
- 5 = 传统邮件

违反限制的代码

- 1 = 拒绝
- 2 = 第二天或晚些时候接收
- 3 = 只接收首行/标题

图 11

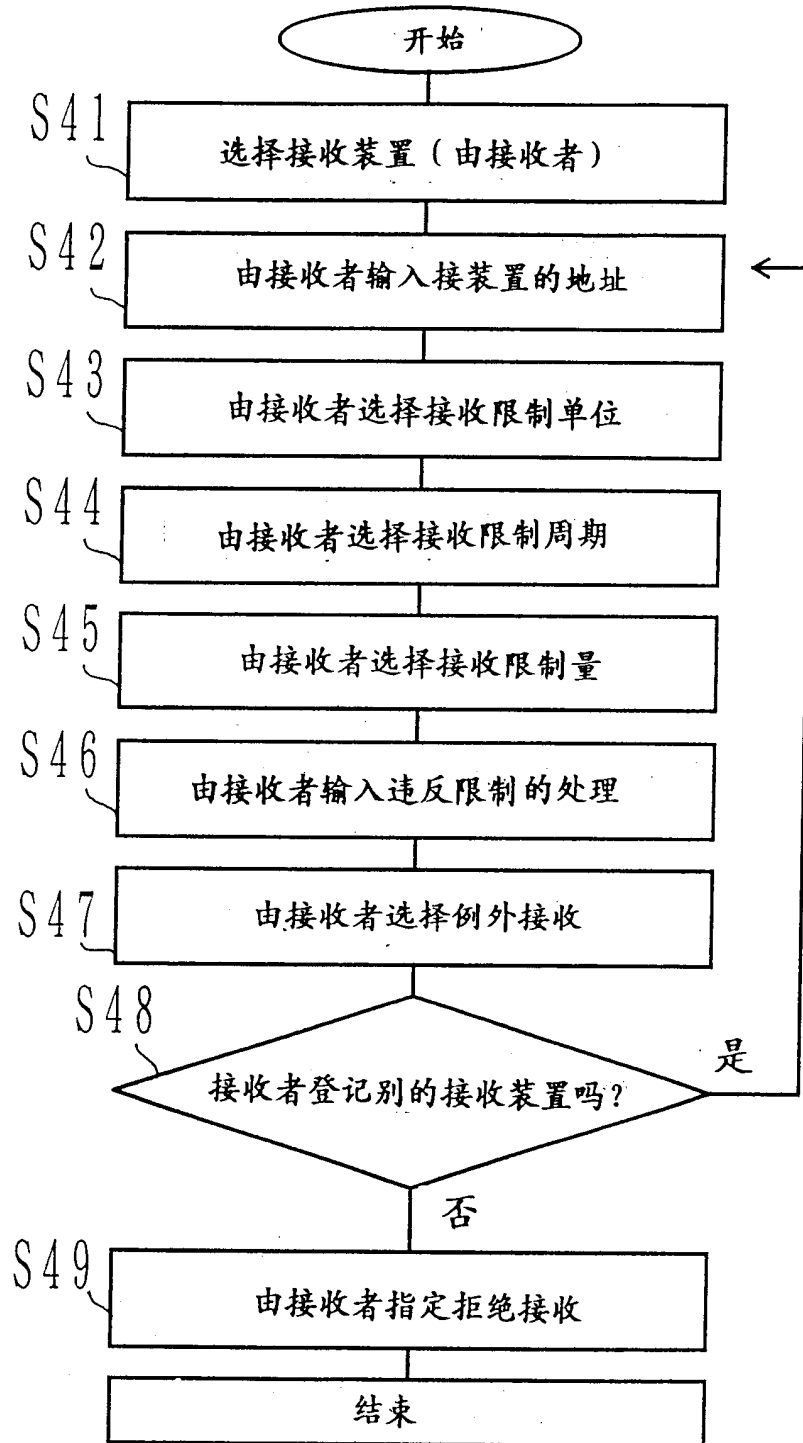


图 12

项目	内容
发送者ID	直接邮件分发系统ID
传送广告文件数	传送广告文件的管理序号
有效周期	传送广告文件的有周期
门类	指定的门类代号
检索公式	用于缩小选择接收者的检索公式
传送的最大受发者数	传送广告文件的最大接收者数
分批分发	有效/无效
分批分发的批次数	分批分发的批次数
分批分发的间隔数	分批分发的间隔
传送结果	要送出的传送广告文件数
分发开始日期	分发开始的年, 月, 日
状态	分发状态 = 等待, 正在执行, 已完成

图 13

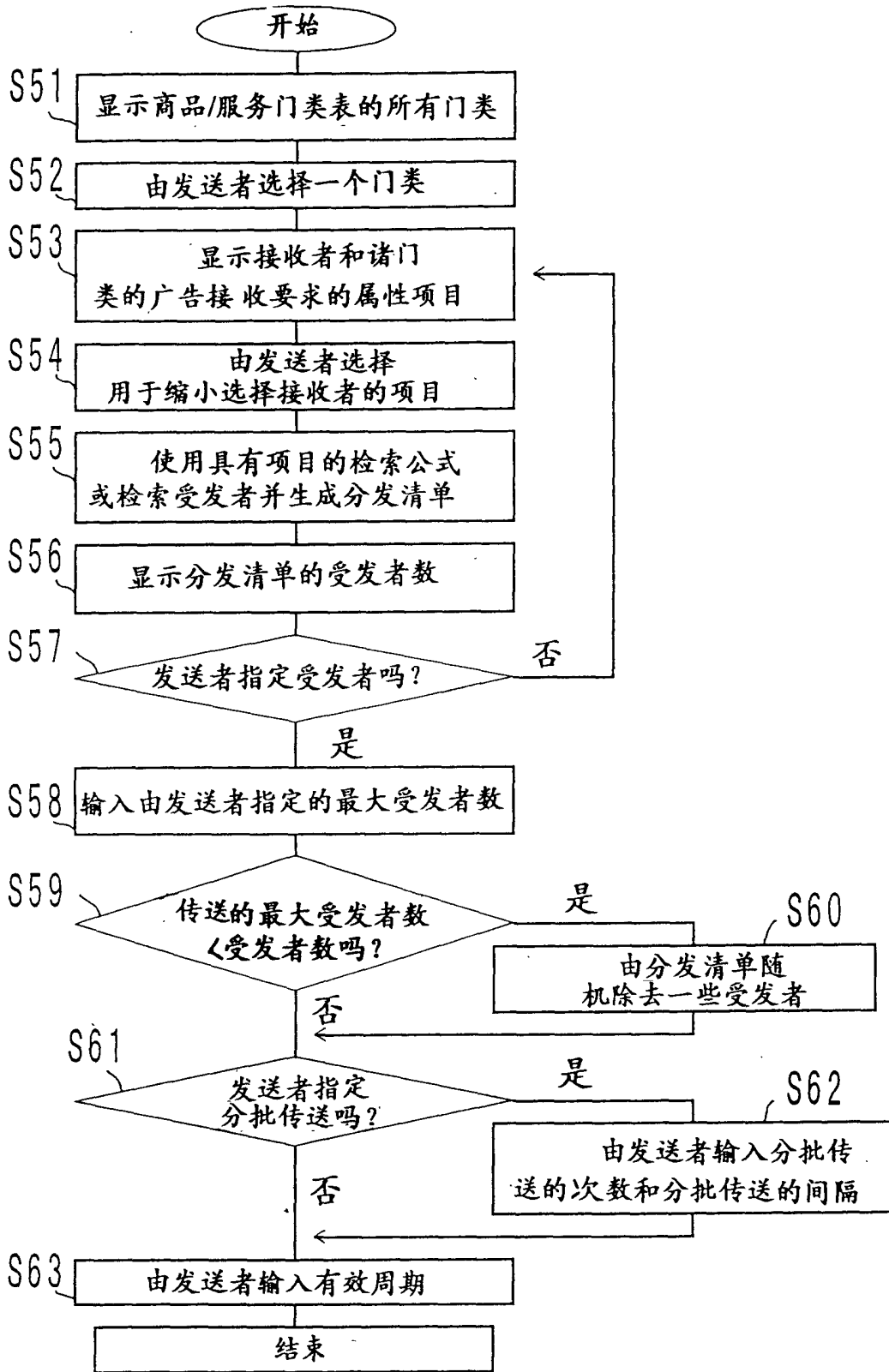


图 14

项目	内容
发送者ID	发送者直接邮件分发系统
传送广告文件数	传送广告文件的管理序号
接收者ID - 1	接收者直接邮件分发系统ID
传送结果 - 1	传送结果
⋮	⋮
接收者 ID - J	接收者邮件分发系统ID
传送结果 - J	传送结果

图 15

项目	内容
发送者ID	直接邮件分发系统ID
传送广告文件数	传送广告文件的管理序号
标题	标题
主体	数据
发送装置	传送广告文件的接收装置代码

图 16

项目	内容
公司名称 (个人姓名)	公司名称或个人姓名
地址	地址
电话号码	电话号码
传真号码	传真号码
计算机网络用户ID	计算机网络用户ID
直接邮件分发系统用户ID	由系统自动指定
公司简介	公司的描述
关心的商器门类	门类代码 (一个或多个)

图. 17

项目	内容
发送者ID	直接邮件分发系统ID
传送完成ID	接收者直接邮件分发系统ID (一个或多个)

图. 18

项目	内容
接收者ID	直接邮件分发系统ID
已完成的传送的记录数	已发送的广告信息的记录数

图 19

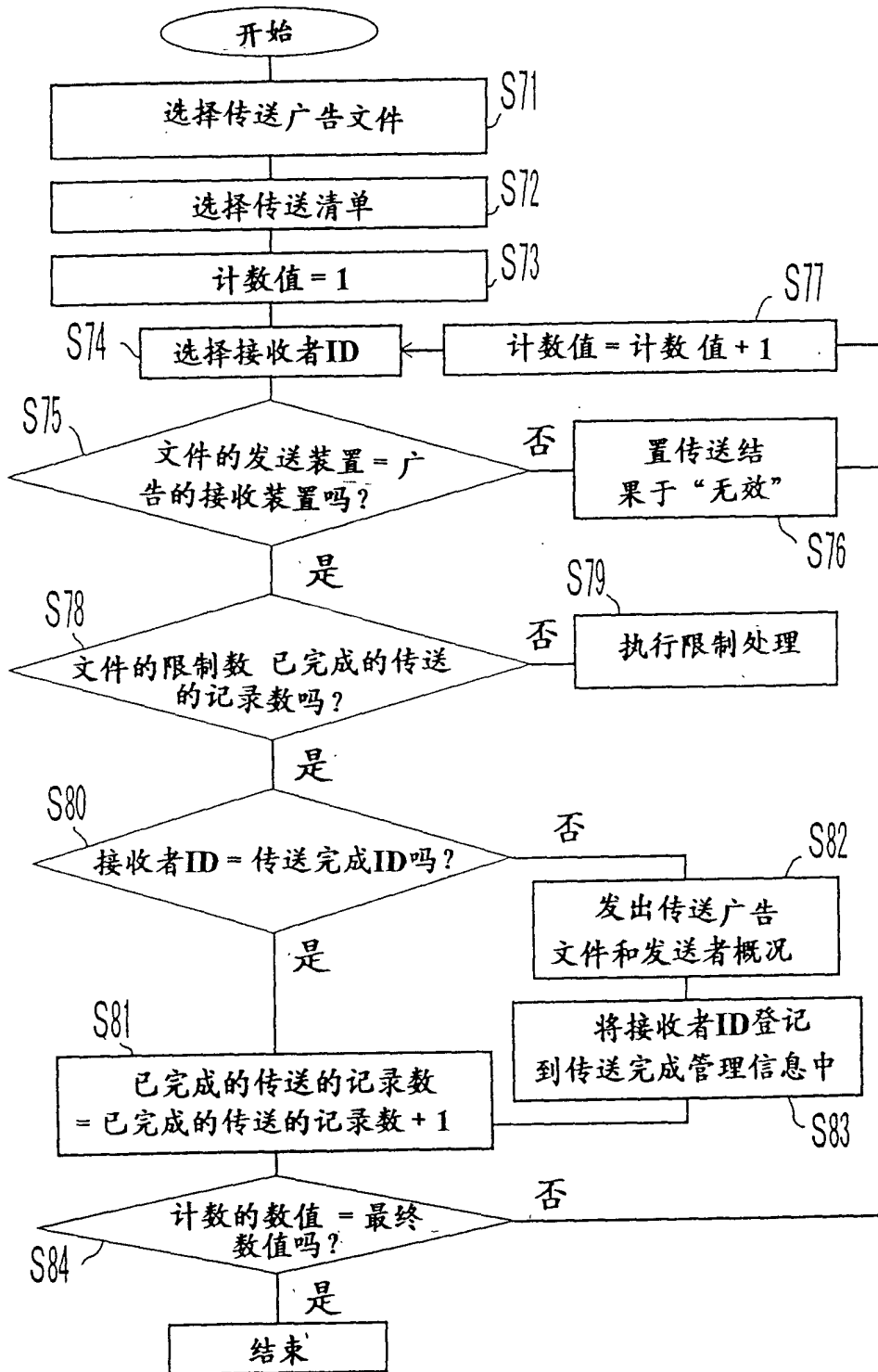


图. 20

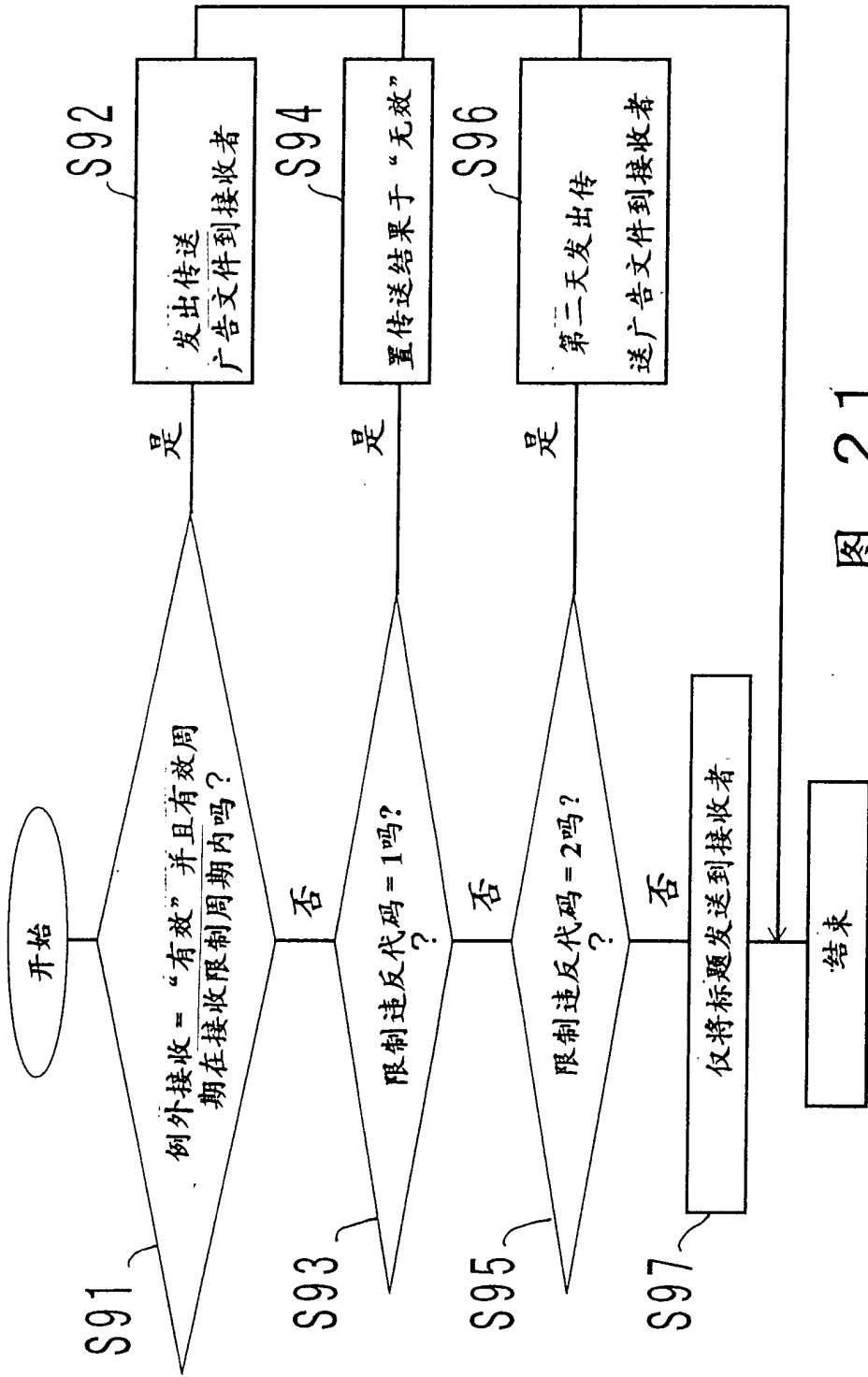


图. 21

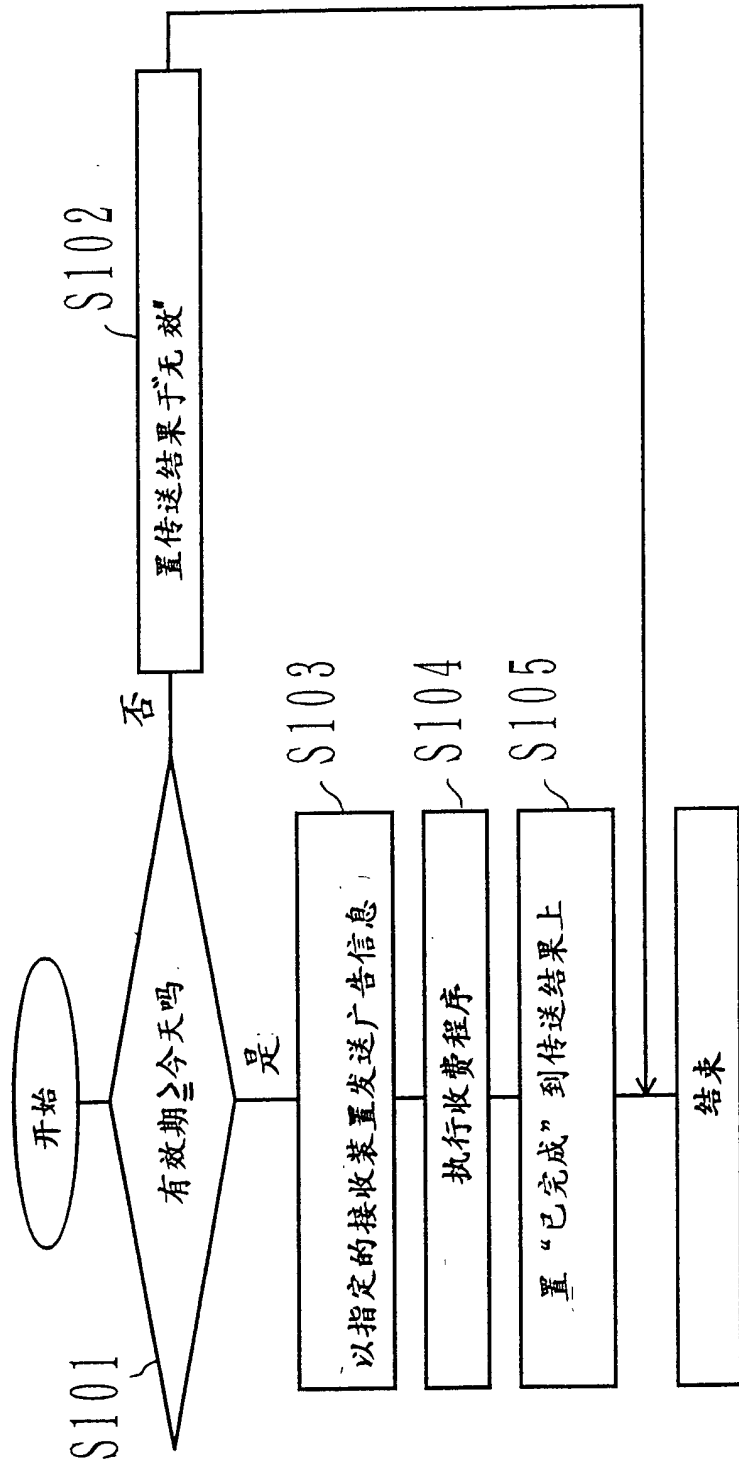


图 22